

TUMI ดึงตัว “เลนนี่-โซอี คราวิทซ์” เปิดตัว แคมเปญใหม่ล่าสุดทั่วโลก



TUMI แบรנדท่องเที่ยวและไลฟ์สไตล์ชั้นนำระดับโลก ขอประกาศเปิดตัวแคมเปญใหม่ล่าสุดทั่วโลก เพื่อสะท้อนถึงความหมายเบื้องหลังช่วงเวลาการเดินทางของแต่ละคน โดยได้ดึงตัวตำนานวงการเพลง นักออกแบบ และนักแสดงอย่างเลนนี่ คราวิทซ์ มาร่วมแคมเปญนี้ เคียงข้างลูกสาว โซอี คราวิทซ์ ซึ่งเป็นนักแสดงและนักดนตรีด้วยเช่นกัน

แคมเปญใหม่นี้กำกับโดยเอลเลียต รอสซ์ และถ่ายทำที่ประเทศบาฮามาส อันเป็นแหล่งกำเนิดจิตวิญญาณของครอบครัวคราววิทซ์ แคมเปญดังกล่าวมีขึ้นเพื่อเชิดชูการสืบทอดประเพณี การบอกเล่าเรื่องราว และค่านิยมครอบครัวจากรุ่นสู่รุ่น โดยทาง TUMI ได้จับมือกับครอบครัวคราววิทซ์ในโปรเจกต์สร้างภาพยนตร์ครั้งแรกระหว่างทั้งสองฝ่าย เพื่อร่วมเดินทางย้อนไปยังจุดกำเนิดของเรื่องราวทั้งหมด ซึ่งเผยให้เห็นสายสัมพันธ์ที่ค่อย ๆ เติบโตขึ้นระหว่างแต่ละฝ่าย รวมทั้งบทบาทสำคัญของ TUMI ในฐานะองค์ประกอบสมทบ เพราะความสำคัญไม่ได้อยู่ที่จุดหมายปลายทาง แต่เป็นช่วงเวลาอันประมาณค่ามิได้ที่ก่อตัวขึ้นระหว่างเส้นทาง

“สำหรับดิฉันแล้ว แคมเปญนี้มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเข้าถึงตัวตนและต้นกำเนิดของตนเอง และสานสัมพันธ์กับผู้อื่นในคราวเดียวกัน” โซอี คราวิทซ์ กล่าว “ดิฉันรู้สึกสนุกเมื่อทำงานกับ TUMI และชอบแนวคิดในการบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับการเดินทาง ครอบครัว และการเข้าถึงต้นกำเนิดของตนเอง ดิฉันรู้สึกที่ที่ได้เดินทางไปอีกฟากหนึ่งของเกาะแห่งนี้เป็นครั้งแรก เพื่อให้เห็นต้นกำเนิดของครอบครัวดิฉัน และแสดงความเคารพต่อผู้อาวุโสและผู้ที่มาก่อน การสัมผัสสิ่งนี้ร่วมกับคุณพ่อนั้นเป็นเรื่องราวที่มีความหมายอย่างยิ่ง”

“ผมเป็นลูกค้าและเป็นแฟนของแบรนต์ TUMI มานานเท่าชีวิตการเดินทางสายทัวร์ของผม” เลนนี่ คราวิทซ์ กล่าว “เมื่อคุณต้องออกเดินทางและใช้ชีวิตอยู่กับกระเป๋าเดินทางใบเดียว กระเป๋าเดินทางที่ว่านี้ได้กลายเป็นส่วนต่อเติมใหม่ที่บ้าน ทั้งยังกลายเป็นส่วนที่เพิ่มขึ้นมาในตัวคุณเองด้วย กระเป๋าเดินทางเป็นสิ่งเดียวที่อยู่คู่กับคุณไปตลอด ไม่ว่าจะเป็นบนเครื่องบิน รถทัวร์ โรงแรม หลังเวที หรือกองถ่าย ด้วยเหตุนี้ กระเป๋าเดินทางจึงต้องวางใจได้ มีความทนทาน และแสดงตัวตนออกมาให้เห็น สำหรับผมแล้ว TUMI เพียงพร้อมในทุกองค์ประกอบที่กล่าวไว้ การร่วมแคมเปญนี้จึงเป็นสิ่งที่น่ายินดีอย่างยิ่ง เพราะไม่ได้เปิดโอกาสให้ผมเข้ามาเสนอสินค้าอันยอดเยี่ยมนี้เท่านั้น แต่ยังทำให้ผมได้สัมผัสกับความร่วมมือร่วมใจทำงานอันน่าประทับใจ จากการที่ผมได้เข้ามามีส่วนร่วมในทีมผู้สร้างแคมเปญในแง่มุมต่าง ๆ”

ย้อนกลับไปเมื่อปี 1983 TUMI ได้เปิดตัวผ้าไนลอนชนิดทนพิเศษอย่าง Ballistic Nylon ในรูปแบบของตนเอง อัน

เป็นวัสดุที่เข้ามาปฏิบัติตลาดการเดินทาง แรกเริ่มนั้น ทางกองทัพได้เลือกใช้ผ้าไนลอนชนิดนี้เพื่อป้องกันเศษกระสุนให้กับทหารสมัยสงครามโลกครั้งที่สอง โดย TUMI ได้นำวัสดุพันธุ์แกร่งนี้มาใช้ในการออกแบบกระเป๋าเดินทาง เพื่อสร้างสรรค์กระเป๋าเดินทางที่ทนต่อการใช้งานของนักเดินทางตัวยง และเมื่อผ่านการทดสอบความทนทานอย่างเข้มงวดแล้ว TUMI จึงได้เสริมฟังก์ชันอื่น ๆ ที่ผ่านการจดสิทธิบัตรด้วยเช่นกัน ทั้งซิปกระเป๋าปรับตัว มีมือจับแบบยึดหดได้ ระบบล้อคู่ ไปจนถึงฟังก์ชัน Add-a-Bag ระบบขยายพื้นที่กระเป๋า และ TUMI Tracer(R) ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นฟีเจอร์ภายในและนอกตัวกระเป๋าที่ออกแบบขึ้นเพื่อให้ชีวิตที่ต้องเดินทางตลอดเวลาที่ง่ายขึ้น จนก่อให้เกิดเพื่อนเดินทางที่น่าเชื่อถือและทนทานตามกาลเวลาที่สุด จากนั้นอีก 35 ปีถัดมา วันนี้ TUMI จึงขอปรับโฉมใหม่ให้กับคอลเลกชันในตำนานนี้ด้วย Alpha 3

“การเปิดตัว A3 สะท้อนถึงทุกสิ่งที่เรายึดมั่น และยกระดับสิ่งนี้ขึ้นไปอีกขั้นหนึ่ง” วิกเตอร์ ซองซ์ ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์ของ TUMI กล่าว “เรามีแรงจูงใจเสมอมาว่า สินค้าของเราคือสิ่งที่ทำให้เรื่องราวการเดินทางเหล่านี้เดินทางต่อไปได้ และเรารู้สึกตื่นเต้นที่ทั้งคุณเลนนี่ และโซอี้ คราวิทซ์ ต้องการแบ่งปันเรื่องราวการเดินทางอันสมบูรณ์แบบนี้ไปกับเรา”

Alpha 3 เตรียมวางจำหน่ายในหลากหลายรูปแบบด้วยกัน ทั้งผลิตภัณฑ์เพื่อการเดินทาง กระเป๋าสะพายหลัง กระเป๋าเดย์แบ็ก อุปกรณ์เสริม และอื่น ๆ สนราคาตั้งแต่ 35-1,175 ดอลลาร์ ที่ร้าน TUMI ทั่วโลก และบนเว็บไซต์ TUMI.com แคมเปญใหม่นี้จะปรากฏให้เห็นทั่วโลก ทั้งช่องทางโซเชียลของแบรนด์อย่างเฟซบุ๊กและอินสตาแกรม ไปจนถึงสื่อกลางแจ้ง และสื่อดิจิทัล

เกี่ยวกับ TUMI

ตั้งแต่ปี 1975 TUMI ได้สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์กระเป๋าหลากหลายดีไซน์สำหรับการเดินทางเชิงธุรกิจและท่องเที่ยว โดยเน้นงานออกแบบที่ช่วยให้ทุกรายละเอียดของการเดินทางง่ายขึ้นและเปี่ยมด้วยรสนิยม ผสานฟังก์ชันการใช้งานอันชาญฉลาด เข้ากับจิตวิญญาณของความแคล่วคล่อง TUMI ประารถนาที่จะเป็นเพื่อนเดินทางของทุกคนที่ออกแสวงหาและเติมเต็มความฝัน ผลิตภัณฑ์ของเราวางจำหน่าย ณ จุดจำหน่ายราว 2,000 แห่ง ในกว่า 75 ประเทศทั่วโลก สนใจดูข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ www.TUMI.com

รูปภาพ - <https://mma.prnewswire.com/media/812481/Tumi.jpg>

โลโก้ - https://mma.prnewswire.com/media/214382/tumi_logo.jpg